



SEITE **04**
IM FOKUS

100 JAHRE DOPPEL-M

EIN MARKENZEICHEN STRAHLT ÜBER DER STADT



SEITE **08**

NACH MAß
IM EINSATZ FÜR EIN
GROßES JUBILÄUM

SEITE **14**

IM TREND
ZUKUNFT VORAUS!

SEITE **18**

VON WELT
GRENZENLOSES
MESSEKONZEPT

SEITE **22**

IN ALLER KÜRZE
ERFOLGE,
DIE BEGEISTERN

2.2017



LEIPZIGER MESSE

Impressum

Herausgeber

Leipziger Messe GmbH
Messe-Allee 1, 04356 Leipzig
Telefon: +49 341 678-0
Telefax: +49 341 678-8762
info@leipziger-messe.de
www.leipziger-messe.de

Redaktion

Zentralbereich Kommunikation
Steffen Jantz (v. i. S. d. P.)
Telefon: +49 341 678-6500
E-Mail: kommunikation@leipziger-messe.de

Autoren

Heike Fischer, Dr. Frauke Gränitz, Christian Heinz,
Claudia Laßlop, Berit Melle (Leitung), Karoline
Nöllgen, Nora Rennmann, Julia Wick

Konzeption/Gestaltung

Westend Communication GmbH
Schwägrichenstraße 23, 04107 Leipzig

Druckerei

Löhnert-Druck
Handelsstraße 12, 04420 Markranstädt

Bildnachweise

Titel: Waltraud Grubitzsch; Leipziger Messe GmbH; **Fotos/Grafiken:** Frank Bauer; Dirk Brzoska; FAIRNET GmbH; FLEET Events GmbH; hebstreit, Jonathan Schöps, Nik_Merkulov, TheHut35/Fotolia.com; Uwe Frauendorf; Graphictwister/FreePik; Martin Klindtworth; Jens-Ulrich Koch; Christian Krause; Claudia Laßlop; Leipziger Messe GmbH; Marcin Szulzycki/MARSZULL.COM; Berit Melle; Gunnar Mitzner; Christian Modla/Westend Communication GmbH; Gert Mothes; Heinz Morgenstern; Michael Pasternack; Nils A. Petersen; Julia Purmann; Thomas Roetting; Sächsisches Staatsarchiv, Staatsarchiv Leipzig, Bestand 20202 Leipziger Messeamt (I), F 01925 und F 01928; Andreas Schmidt/LTM; Tom Schulze; Andreas Stedler; Marc-Steffen Unger; Marco Urban

Jetzt auch online:



www.leipziger-messe.de/
[leipzigermesse magazin](#)



www.facebook.com/leipzigermesse



www.twitter.com/leipzigermesse



www.youtube.com/leipzigermesse



Martin Buhl-Wagner, Geschäftsführer (Sprecher), und Markus Geisenberger, Geschäftsführer (v.l.).

STANDPUNKT

100 Jahre im Zeichen von Innovation

Die Leipziger Messe Unternehmensgruppe verfügt über eine Marke mit besonderer Strahlkraft – und das nicht nur auf dem Leipziger Wintergartenhochhaus, auf dem sich unser Logo seit 1972 deutlich sichtbar über der Stadt dreht, sondern weltweit als Veranstalter und Dienstleister für Messen, Kongresse und Events. 1917 schuf der Leipziger Grafiker und Künstler Erich Gruner das Doppel-M als Symbol für die in Leipzig erfundenen Mustermessen. Der Wandel von den Waren- zu Mustermessen markierte eine Revolution innerhalb des internationalen Messewesens, die bis heute nachwirkt.

Die älteste deutsche Messemarke stand und steht für die Innovationskraft der Leipziger Messe, die sich heute über die gesamte Unternehmensgruppe erstreckt und immer wieder neue Maßstäbe setzt. Dank des umfangreichen Servicenetzwerks gelingt es der Leipziger Messe, individuell gestalteten Service für Tausende Aussteller und Hunderttausende Besucher auf höchstem Niveau anzubieten. Als moderner Messe-, Kongress- und Eventveranstalter und ausgestattet mit einem der flexibelsten und schönsten Messegelände der Welt, beweist sich die Unternehmensgruppe auch über den Standort Leipzig hinaus – national und international – als verlässlicher Partner und sorgt so für die weltweite Wahrnehmung unseres Wahrzeichens.

Die Messe- und Veranstaltungsbranche muss sich angesichts zahlreicher Herausforderungen aus Globalisierung und Digitalisierung immer wieder aktiv wandeln und an die Märkte dynamisch anpassen. Wir freuen uns darauf, die Zukunft der Leipziger Messe Unternehmensgruppe im Zeichen der Innovationskraft des Doppel-M weiter zu gestalten!

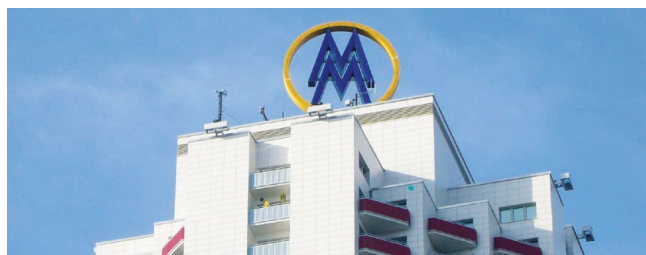
Martin Buhl-Wagner
Geschäftsführer (Sprecher)

Markus Geisenberger
Geschäftsführer

Inhalt

IM FOKUS

4



100 JAHRE DOPPEL-M

Ein Markenzeichen strahlt über der Stadt

NACH MAß

8



IM EINSATZ FÜR EIN GROßES JUBILÄUM

Für „500 Jahre Reformation“ meistern FAIRNET und fairgourmet neue Herausforderungen

URLAUB IST EIN DAUERTREND

Mit FLEET Events wächst die Reiselust auf der Leipziger Messe

10

BILATERAL UND EMOTIONAL

Einmal Netzwerken mit Messestadt-Charme, bitte!

12

DESIGN NACH MAß

Designers' Open bringen Lothar Daniel Bechtold wieder nach Leipzig

13

IN ALLER KÜRZE



IM TREND

14

ZUKUNFT VORAUS!

Gezielte Mitarbeiterförderung mit „Fair Talents“

FORTSCHRITT AUSZEICHNEN

16

Erster Innovationspreis für Krankenhauslogistik vergeben



FÜR GROßES GERÄT

17

Beste Voraussetzungen für Open-Air-Technikausstellungen auf der Leipziger Messe

VON WELT

18

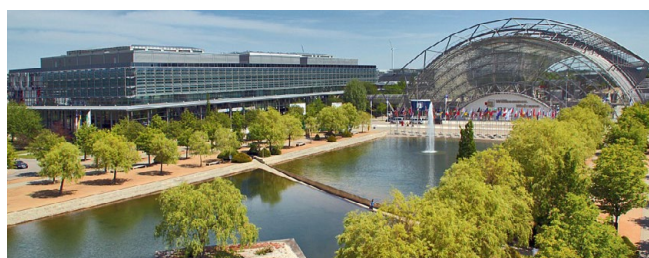
GRENZENLOSES MESSEKONZEPT

CosmeticBusiness erfolgreich nach Polen expandiert

IM MESSEKLANG

20

Wie Musik und Messe zueinander fanden



VOLLER AUSSTRAHLUNG

21

Ronald Kötteritzsch vermarktet das CCL und einen ganzen Standort

22

ERFOLGE, DIE BEGEISTERN

Was die Leipziger Messe Unternehmensgruppe 2017 bewegt



100 JAHRE DOPPEL-M

Ein Markenzeichen strahlt über der Stadt

2017 feiert das Markenzeichen der Leipziger Messe seinen 100. Geburtstag. Als Wahrzeichen mit Weitblick grüßt es vom Wintergartenhochhaus am Leipziger Hauptbahnhof und vom Messeturm der Leipziger Messe. Das Doppel-M steht für die Mustermesse, die als Prototyp von Leipzig aus die Messewirtschaft revolutionierte.

WELTWEIT ERSTE MUSTERMESSE

Es war der Siegeszug der Industrialisierung, der das Messewesen Ende des 19. Jahrhunderts in eine tiefe Krise stürzte. Serienfertigung und Massenproduktion veränderten den Handel, und die traditionellen Warenmessen verloren an Bedeutung. Um Serienprodukte anzubieten, reichte die Präsentation einzelner Muster aus. Genau darauf spezialisierte sich die Leipziger Messe. Für ihre Aussteller und Einkäufer bauten die Leipziger Messepaläste, die der neuen Warenpräsentation entsprachen. Fast 20 Jahre lang blieb Leipzig der einzige Standort des neuen Messetyps – mit sichtbarem Erfolg. Doch die wirtschaftliche Depression und der Beginn des Krieges 1914 erschwerten die Lage erneut. Aussteller- sowie Einkäuferzahlen sanken und internationale Märkte brachen weg. Hinzu kam die Etablierung von Konkurrenzmesen, die das Konzept der Mustermesse inzwischen ebenfalls für sich nutzten.

NEUPOSITIONIERUNG MIT WARENZEICHEN

Um den eigenen Standort zu sichern, wurde das erste Selbstverwaltungsorgan der

Der Schöpfer des Doppel-M



Erich Gruner (1881 bis 1966) war einer der vielseitigsten Leipziger Maler und Grafiker seiner Zeit. Charakteristisch für sein künstlerisches Gesamtwerk ist die große Bandbreite verschiedenster Techniken. Als Leiter der Leipziger Kunstgewerbeschule gab er sein Wissen auch in der Lehre weiter. Gruners Schaffen für die Leipziger Messe beschränkte sich nicht auf den Entwurf des Doppel-M, es umfasste auch zahlreiche werbegrafische Arbeiten sowie die Messebriefmarken. Ab 1917 wirkte er in beratender Funktion für den Künstlerischen Beirat des Messamts und später selbst als künstlerischer Beirat.



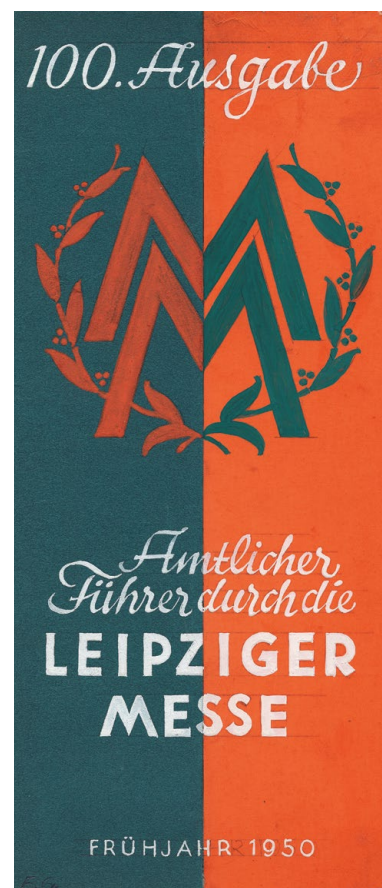
Leipziger Messe gegründet. Im Februar 1917 nahm das „Meßamt für die Mustermessen in Leipzig“ die Arbeit auf. Seine Hauptaufgaben waren die Erhaltung und der Ausbau der Leipziger Mustermessen sowie die Erschließung und Pflege von Kundenkreisen durch eine intensive Werbung. Dafür sollten die Mustermesse und das Messamt mit einem unverwechselbaren Warenzeichen gestärkt werden. Den Auftrag dafür erhielt der Leipziger Grafiker Erich Gruner im April 1917.

DAS DOPPEL-M TRITT IN DIE MESSEWELT

Im August 1917 wurde Gruners Entwurf angenommen. Die Skizze, die im Unternehmensarchiv der Leipziger Messe verwahrt wird, zeigt drei übereinander stehende „M“. Zwei davon waren positiv gesetzt, der Weißraum dazwischen wurde als drittes „M“ interpretiert. Alle drei standen für das „Meßamt für die Mustermessen in Leipzig“. Doch bald schon geriet das dritte „M“, der Zwischenraum, in Vergessenheit. Zur Herbstmesse 1917 zierte das neue Warenzeichen erstmals die Informations- und Werbemittel der Leipziger Messe.



Das amtliche Ausstellerverzeichnis mit Doppel-M zur Herbstmesse 1917.



Das Doppel-M auf einem Messekatalogentwurf zur Frühjahrsmesse 1950.

Das Doppel-M inspirierte Grafiker zu unzähligen Gestaltungen von streng sachlich bis ironisch verspielt.

KONTINUITÄT UND FLEXIBILITÄT

1917 erwarb das Leipziger Messamt das Eigentums- und alleinige Nutzungsrecht für das Doppel-M. 1928 wurde es als warenrechtlich und weltweit geschütztes Zeichen bestätigt und in die Warenzeichenrolle eingetragen. Damit ist das Doppel-M die älteste Marke der deutschen Messewirtschaft. Am 15. Mai 1956 erfolgte die internationale Registrierung in der Schweiz.

Als reines Warenzeichen existierte das Doppel-M fortan ohne modische Einflüsse. Seine klare Grundstruktur hat sich bis heute kaum verändert. Allerdings erlaubten die Messemacher je nach Zeitgeschmack zweckbezogene Anwendungen, beispielsweise auf den zahlreichen Werbemitteln. Das Doppel-M inspirierte Grafiker zu unzähligen Gestaltungen von streng sachlich bis ironisch verspielt. Trotzdem blieb die Leipziger Messemarke in ihrer markanten Grundstruktur immer erkennbar. Getragen durch Millionenauflagen von Mailings, Druckprodukten, Werbemitteln und -kampagnen, entwickelte es sich zu einem der weltweit bekanntesten Warenzeichen der Messebranche.

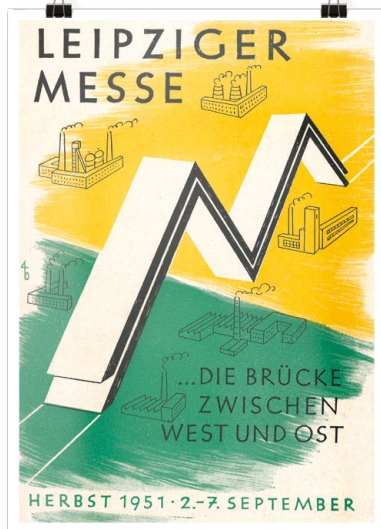
INTERNATIONALE POSITIONIERUNG

Von Anfang an setzte das Messamt auf Internationalität. Das Ziel der gesamten Werbung und aller Services war die Sicherung der Leipziger Messe als internationale Exportmesse. Seit der Herbstmesse 1917 warben die Leipziger weltweit mit dem Doppel-M.

In den 1920er-Jahren wurde die Auslandswerbung noch intensiviert. Großplakate prangten an Hauswänden, Plakatträger wiesen auf die nächsten Leipziger Messen hin und auch in Eisenbahnen und Schiffen wurde geworben. Messeeinladungen trugen das Doppel-M in alle Welt. Allein 1926 wurden davon 540.000 Stück ins Ausland geschickt. Die anhaltenden Maßnahmen zur Stärkung der Marke trugen Ende der 1920er-Jahre wesentlich zur Positionierung der Leipziger Mustermesse als Weltmesse bei.



Werbepлакate der Leipziger Messe in Budapest (links) und in Istanbul (rechts) um das Jahr 1925.



International bekannte Werbemotive der Leipziger Messe: das Doppel-M als Brücke zwischen Ost und West 1951 (links). Der Plakatentwurf von Margarete und Walter Schultze wurde in viele Sprachen übersetzt und warb außerhalb der DDR unter anderem für die Leipziger Herbstmesse 1957 (Mitte) und 1975 (rechts).

BRÜCKE ZWISCHEN OST UND WEST

Im Zweiten Weltkrieg wurden die Geschäfte unterbrochen. 1941 fand die vorerst letzte Messe in Leipzig statt. Nach Kriegsende begann auch im Messewesen eine Teilung in Ost und West. Die Leipziger Universalmesen etablierten sich als größte Messen des Ostblocks. Sie boten weiterhin Möglichkeiten für Kontakte und Austausch. Das Doppel-M wurde sinnbildlich und werbegrafisch zur Brücke zwischen Ost und West. Grafiker nutzten die Grundform des Doppel-M auch, um internationale Messebesucher anzusprechen. So schufen sie eines der bekanntesten Werbeplakate der Leipziger Messe, das in vielen verschiedenen Sprachen produziert wurde. Ende der 1960er-Jahre führte der Weg auf das Gelände der Technischen Messe durch drei steinerne Doppel-M als Eingangstore. Dank Denkmalschutz prägt eines davon noch heute das Stadtbild von Leipzig.

NEUORIENTIERUNG AB 1990

Nach der deutschen Wiedervereinigung positionierte sich die Leipziger Messe inhaltlich und räumlich neu, um am Messemarkt bestehen zu können. Konstant blieb ihr Signet. Unter dem Doppel-M wurden 1991 die Leipziger Messe GmbH gegründet und der Übergang vom Universal- zum Fachmessekonzept vollzogen. Branchenmessen und neue Publikumsveranstaltungen ersetzen die Frühjahrs- und Herbstmessen. Parallel dazu entwickelte sich ein Servicenetzwerk mit fünf Tochtergesellschaften. Die Eröffnung des neuen Messegeländes schuf 1996 die räumlichen Voraussetzungen für einen Veranstaltungsbetrieb nach modernen internationalen Maßstäben. Unter ihrem berühmten Markenzeichen entwickelte sich die Leipziger Messe Unternehmensgruppe zu einem modernen Dienstleister mit integrierter Veranstaltungskompetenz im In- und Ausland.



Vom Dach der HALLE:EINS des Leipziger Messegeländes grüßt das Doppel-M seit 1996 Flugreisende, die am Flughafen Leipzig/Halle landen oder starten.

Lesetipp: Broschüre

„100 Jahre MM. Das Markenzeichen der Leipziger Messe“

Die reich bebilderte Broschüre gibt Einblicke in Geschichte und Gegenwart des Doppel-M und der Leipziger Messe. Beleuchtet wird die Entwicklung der ältesten deutschen Messemarke von ihren Anfängen als Warenzeichen der Leipziger Mustermesse über ihre mit Brüchen und Kontinuitäten versehene internationale Etablierung bis hin zum heutigen Markenzeichen der Leipziger Messe Unternehmensgruppe. Die Broschüre „100 Jahre MM. Das Markenzeichen der Leipziger Messe“ erscheint im Dezember 2017.



www.leipziger-messe.de/unternehmen/publikationen

IM EINSATZ FÜR EIN GROßES JUBILÄUM

Für „500 Jahre Reformation“ meistern FAIRNET und fairgourmet neue Herausforderungen

Das Jahr 2017 steht im Zeichen des Jubiläums „500 Jahre Reformation“ und Gäste aus aller Welt wurden in Mitteldeutschland bereits zu den Feierlichkeiten begrüßt. Ihren Höhepunkt erreichten diese im Mai und die Leipziger Messe Unternehmensgruppe war in Wittenberg und Leipzig auf vielfältige Weise gefragt.



Auf dem Wittenberger Markt wie in der gesamten Innenstadt und den historischen Wallanlagen ist FAIRNET auch für das Programm zur „Weltausstellung Reformation“ im Einsatz.

GRÖßTER EVENTAUFTRAG DER FIRMENGESCHICHTE

Für zwei viel beachtete Anlässe realisierte FAIRNET in der Lutherstadt den bislang größten Eventauftrag ihrer Firmengeschichte. So macht die „Weltausstellung Reformation“ mit Installationen in sieben sogenannten Torräumen in den historischen Wallanlagen seit Mitte Mai die Geschichte und Gegenwart der Reformation erlebbar.

Von der Planung bis hin zur Betreuung einzelner Aussteller umfasste dieses Vorhaben für FAIRNET rund 70 Einzelaufträge. Eine besondere Herausforderung war dabei die Arbeit in einem historischen Gartendenkmal und in direkter Nachbarschaft zu den Bauwerken des UNESCO-Weltkulturerbes, darunter die Schloss- und die Stadtkirche, wo Martin Luther einst predigte.

VON DER WIESE ZUM FESTGELÄNDE

Auf den Elbwiesen, mit Blick auf die Türme ebendieser Kirchen, feierten am 28. Mai Zehntausende einen Open-Air-Festgottesdienst als Höhepunkt des Jubiläumsjahres. Der Auftrag für die technische Realisierung





Die Elbwiesen vor den Toren Wittenbergs verwandeln sich mit FAIRNET zu einem Open-Air-Festivalgelände.

die technischen und infrastrukturellen Voraussetzungen für Veranstaltungen. In dieser Zeit wurde HALLE:EINS der Leipziger Messe zum größten Probenraum der Stadt, wo mehrere Tausend Bläser für den Festgottesdienst gemeinsam übten. Zu Podiumsdiskussionen, Bibelarbeiten, Vorträgen und Workshops luden die Veranstalter in die KONGRESSHALLE am Zoo Leipzig ein.

GASTRONOMISCHE PUNKTLANDUNG

Einen nicht alltäglichen Auftrag erhielt auch fairgourmet im Rahmen des Reformationsjubiläums: Für die Besucher des Festgottesdienstes packte das Team in Leipzig insgesamt 20.000 Lunchboxen. Dies stellte eine zeitliche und logistische Herausforderung dar, die selbst nach jahrelanger Erfahrung ganz neu war. An Fließbändern wurde in Halle 4 der Leipziger Messe an zwei Tagen in zwei Schichten gearbeitet. Box falten, befüllen, verschließen, stapeln und verladen. Schon fuhren die Lkw nach Wittenberg – eine Punktlandung.

Noch mehr Einblicke in die Leistungen rund ums Reformationsjubiläum gibt's online:

➔ www.leipziger-messe.de/leipzigermessemagazin

des Festgottesdienstes wurde ebenfalls von FAIRNET ausgeführt. Unter ihrer Regie verwandelte sich die 40 Hektar große Wiese in ein Festgelände. Entsprechend lang war die Aufgabenliste: die Aufplanung und Einrichtung des Geländes, sicherheitstechnische und logistische Planungen, Tribünen für mehrere Tausend Musiker, eine weithin sichtbare Bühne sowie die gesamte technische und mediale Infrastruktur, Bereiche für Gastronomie und Wasserversorgung, sanitäre Anlagen, Einlässe und mehr – und das alles bei einem möglichst schonenden Umgang mit der Wiese. Nicht zuletzt sind auch die Erfahrungen

der FAIRNET mit großen Publikumsevents in die Arbeit eingeflossen, wenn es darum ging, die Schnittstelle für alle Prozesse zu bilden und kontinuierlich alle Beteiligten zu koordinieren.

DER RICHTIGE RAUM FÜR JEDEN ANLASS

Den Auftakt zum Festwochenende bildeten in den Tagen zuvor die „Kirchentage auf dem Weg“ in sechs mitteldeutschen Städten. Das umfangreichste Programm erwartete Besucher in Leipzig. An mehr als 30 weltlichen Orten und kirchlichen Stätten schuf FAIRNET



Der Aufwand hat sich gelohnt: Gäste aus aller Welt feiern gemeinsam den Festgottesdienst vor einmaliger Kulisse.



fairgourmet-Chef Detlef Knaack unterstützt beim Packen der Lunchboxen.



Auf über 30.000 Quadratmetern in der Glashalle sowie den Hallen 1 und 3 erwartet die Besucher der Touristik & Caravaning 2017 eine Caravan-Ausstellung der Superlative.

URLAUB IST EIN DAUERTREND

Mit FLEET Events wächst die Reiselust auf der Leipziger Messe

Die Touristik & Caravaning ist die älteste Gastmesse in Leipzig. 2015 übernahm der Hamburger Messeveranstalter FLEET Events die Urlaubsmesse – er gab ihr einen frischen Look und erhöhte die Besucherzahlen. Was macht FLEET anders? Das wollten wir von Geschäftsführer Christoph Rénevier wissen.



Christoph Rénevier.

Leipziger Messe: Herr Rénevier, wie stellen Sie sich eine perfekte Urlaubsmesse vor?

Christoph Rénevier: Zunächst sollten möglichst viele Länder und Regionen sowie bestenfalls sämtliche Urlaubsformen umfassend repräsentiert sein. Aber natürlich ist die Inszenierung ebenso entscheidend. Mit dem ersten Schritt auf der Messe müssen sofort Urlaubsgefühle und die Neugierde auf neue Destinationen und Erlebnisse geweckt werden. Letztlich gilt, dass alle Besucher, egal ob jung oder

alt, einen vorgezogenen Urlaubstag mit jeder Menge Information, Unterhaltung und nicht zuletzt kulinarischen Genüssen verbringen.

Leipziger Messe: Im vorletzten Jahr haben Sie die Touristik & Caravaning (TC) übernommen und zum ersten Mal durchgeführt. Was ist das Besondere an Leipzig?

Christoph Rénevier: Die innige Verbindung der Menschen in der Region zu dieser Messe ist – sicher auch historisch

Entgegen den Vorhersagen scheint der persönliche Beratungswunsch wieder deutlich zuzunehmen.

bedingt – einzigartig. Dazu ist Leipzig eine unglaublich agile, junge und dynamische Stadt. Wir können uns keinen besseren Standort vorstellen, um neue Konzepte auszuprobieren.

Leipziger Messe: Im November findet die TC zum zweiten Mal unter Ihrer Regie statt. Was wollen Sie diesmal anders machen?

Christoph Rénevier: Nachdem wir 2015 im Grunde nur „zu Gast“ auf unserer kurz zuvor übernommenen Veranstaltung waren, haben wir 2016 Modernisierungen in sämtlichen Bereichen vorgenommen: Aus vier Eventbereichen wurden 17, die technische Ausstattung und der allgemeine Standbau sind mittlerweile auf höchstem internationalen Level für Verbrauchermessen und für die Kommunikation haben wir unter anderem eine Zeitungsbeilage mit einer Auflage von über 1,2 Millionen Exemplaren entwickelt. Die Glashalle wird in diesem Jahr zu einer zentralen Begegnungsstätte. Hier entsteht der wohl bislang größte Foodtruck-Parcours Sachsens. Eine Bühne sorgt mit Musik und Filmen für Unterhaltung. Dieser Bereich bleibt am Freitag und Samstag auch nach Messeschluss noch geöffnet. Den neuen Weg gehen wir konsequent weiter – getragen von fantastischen Partnern. Diese lassen mit großer Begeisterung eigene Ideen und nicht zuletzt erhebliche finanzielle Mittel einfließen.

Leipziger Messe: Welche Potenziale sehen Sie im Reisemarkt?

Christoph Rénevier: Entgegen den Vorhersagen scheint der persönliche Beratungswunsch wieder deutlich zuzunehmen. Reisebüros liegen wieder im Trend. Begleitend informieren sich die Kunden vorab im Internet und haben an das folgende persönliche Gespräch dann natürlich höhere Erwartungen. Grundsätzlich bietet die immer weiter steigende Zahl an Spezialveranstaltern eine nahezu unendliche Auswahl zur Erfüllung jeglicher Wünsche für alle Alters- und Einkommensklassen und auch Interessengebiete. Dies, gepaart mit wechselnder Sicherheitslage und politischen Entwicklungen, ist sicher einer der Treiber für die gesteigerte Nachfrage nach persönlicher, individueller Beratung.

Leipziger Messe: Und wo verbringt der Chef der Urlaubsmesse seinen nächsten Urlaub?

Christoph Rénevier: Im Sommer geht es nach Frankreich und Portugal. Also praktisch ein Sich-treiben-lassen durch großartige Regionen mit dem Ziel West-Algarve, die mit ihrem einzigartigen Licht und den unzähligen Buchten Suchtpotenzial mitbringt.

Leipziger Messe: Wir wünschen Ihnen eine schöne Reise!

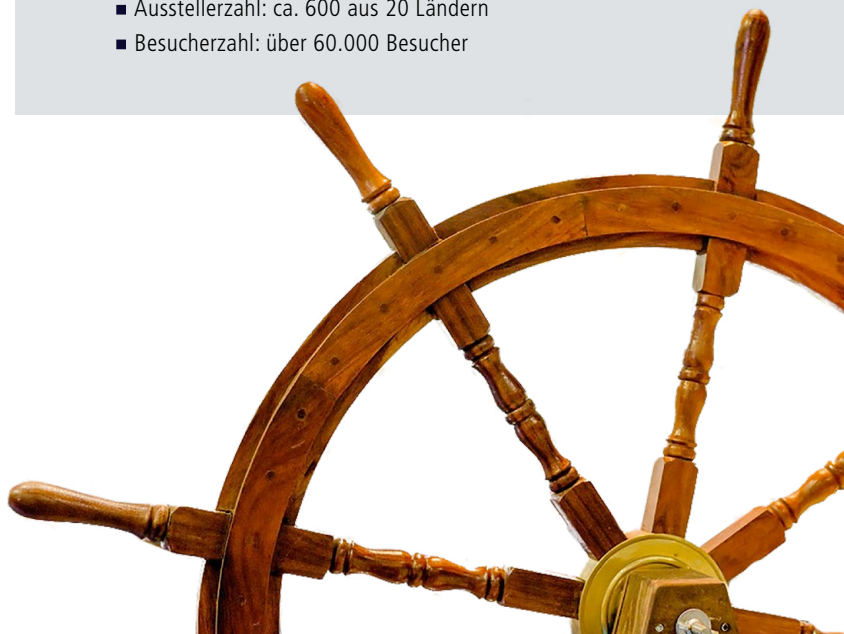
Weitere Informationen unter:

➔ www.tc-messe.de
➔ www.leipziger-messe.de/veranstalter/gastmessen



Im Überblick:

- Termin: 22. bis 26. November 2017
- Ort: Leipziger Messe
- Hallenbelegung: Glashalle, Hallen 1 bis 3, Congress Center Leipzig und Caravan-Übernachtungsplatz auf dem Außengelände
- Ausstellerzahl: ca. 600 aus 20 Ländern
- Besucherzahl: über 60.000 Besucher



BILATERAL UND EMOTIONAL

Einmal Netzwerken mit Messestadt-Charme, bitte!



Im Außenbereich der KONGRESSHALLE am Zoo Leipzig lassen sich gut Kontakte knüpfen.

Unsere Gäste, Partner und Kunden suchen die Face-to-Face-Kommunikation.

Messe und Kongress sind weit mehr als die „reine“ Veranstaltung. Zahlreiche Aussteller und Besucher kehren bei den Abendevents ein, um Kollegen wiederzutreffen, gemütlich zu fachsimpeln und Spaß zu haben. Das Motto: Netzwerken first!

EMOTIONALE KOMPONENTE WICHTIGER ALS DIGITALE WELT

Obwohl oder erst recht weil die Digitalisierung stetig fortschreitet, zeigen Aussteller und Besucher, dass Netzwerken von Angesicht zu Angesicht für sie enorm wichtig ist. Das bestätigt auch Michael Petzold, Leiter Protokoll der Leipziger Messe. Dass dies nicht immer inmitten des Messetrubels sein muss, beweisen nicht zuletzt Veranstaltungen wie das Messedoppel Intec und Z, die protekt oder die therapie Leipzig, bei denen sich die Abendevents zunehmender Beliebtheit erfreuen.

PLANUNG IST ALLES

Je nach Branche gibt es unterschiedliche Anforderungen an die Art des Events oder an die Location. Die einen bevorzugen große Räumlichkeiten, um zusammen in großer Runde den Messetag gebührend

ausklingen zu lassen. Die anderen wollen eher in gemütlicher Atmosphäre netzwerken.

LEIPZIG ZEIGEN, OHNE KÜNSTLICH AUFGUSETZEN

„Leipzig hat ein hohes Potenzial an Locations, um verschiedene Veranstaltungscharakteristiken herzustellen“, so Petzold. „Die Stadt bietet ein breites Spektrum und kulturelle Vielfalt. Bei unseren Abendveranstaltungen können wir Leipzig zeigen, ohne künstlich aufzusetzen. Damit punktet die Leipziger Messe.“ Dennoch trägt die Dynamik des Standortes auch dazu bei, dass Vorlaufzeiten für die Reservierungen der Locations immer herausfordernder werden. Dabei spielen nicht nur die passenden Größenverhältnisse eine Rolle. Leipzig wird immer beliebter. Wo man zum Beispiel früher sechs Monate im Voraus gebucht hat, sind nun Zeiträume von ein bis anderthalb Jahren notwendig.

Die Onlineausgabe hält einige Zahlen zum Netzwerken am Rande von Messe und Kongress bereit:

➔ www.leipziger-messe.de/leipzigermessemagazin



Festlicher Empfang in der Glashalle der Leipziger Messe.

Kontakt

Michael Petzold,
Leiter Protokoll der Leipziger Messe GmbH

Tel.: 0341 678-8121

E-Mail: protokoll@leipziger-messe.de

DESIGN NACH MAß

Designers' Open bringen Lothar Daniel Bechtold wieder nach Leipzig

Angefangen hat alles wegen und in einer alten Gründerzeitvilla im niederösterreichischen Piestingtal. Gemeinsam mit seinem Lebensgefährten verwirklicht sich Designer Lothar Daniel Bechtold im März 2007 den Traum vom eigenen Landhaus – und bringt dabei, fast nebenbei, sein eigenes Modelabel an den Start.

VOM BODENSEE IN DIE WELT

Bei der aufwendigen Restaurierung ihres neuen Hauses stoßen die Österreicher an ihre finanziellen Grenzen. Bechtold, aufgewachsen am Bodensee und leidenschaftlicher Schneider, beginnt deshalb, maßgeschneiderte Mode für Privatkunden anzufertigen.

Der heute 48-Jährige arbeitet zuvor bereits über 15 Jahre als Maßschneider und Produktionsbeauftragter für Luxusmarken unter anderem in China, Bangladesch und Äthiopien. „Vorwiegend war ich für Preisabsprachen und Qualitätssicherung in den Fabriken zuständig“, blickt Bechtold zurück. Die Schattenseiten des „großen Textilindustrie-Business“ in jenen Ländern bringen ihn letztlich dazu, sich neu zu orientieren.

NEUSTART IN DER HEIMAT

„Ein eigenes Label wollte ich nie haben – eigentlich.“ Uneigentlich kommt es dann doch dazu. Die neu erworbene Villa dient anfangs als Atelier, die Fertigungsaufträge für Maßkleidung häufen sich durch Mundpropaganda bald so sehr, dass Bechtold helfende Hände engagieren muss. „Im Galopp haben wir auf ein Band Textiletikett einfach meinen Namen gedruckt und das ist bis heute das Logo.“ Inzwischen hat das Label seinen Sitz im alten Dorftheater in Krumbach und beschäftigt zehn Mitarbeiter. Sie arbeiten aktuell mit Hochdruck an der neuen Herbst-/Winterkollektion, die Bechtold zu den Designers' Open vom 20. bis 22. Oktober 2017 in der KONGRESSHALLE am Zoo Leipzig präsentiert.



Die Designers' Open sind Jahr für Jahr Anziehungspunkt für verschiedene Kreativbranchen.

DESIGN, WOHN DAS AUGE REICHT

Produkt-, Mode-, Grafik- und Industriedesign auf der einen, hochwertiges Rahmenprogramm mit spektakulärer Fashionshow, Design-Pitches, Speeddatings, Fachvorträgen, der 4. Grafikdesign-Konferenz „POSITIONS“ und vieles mehr auf der anderen Seite: „Die Designers' Open sind mehr als nur eine Designmesse. Wir verstehen uns als Kommunikationsforum der Branche und Vertriebsplattform für individuelle Produkte“, so Projektdirektorin Ulrike Lange. Mit ihrem vielfältigen Konzept überzeugen die Designers' Open Lothar Daniel Bechtold schon 2016. „Das war mit Abstand die erfolgreichste Messe für mich. Nirgendwo anders habe ich so gut verkauft.“ Aufträge für insgesamt knapp 60 Kleidungsstücke nimmt der Designer damals entgegen. Für ihn 60 sehr gute Gründe, um dieses Jahr wieder nach Leipzig zu kommen.

Jetzt die Designers' Open 2017 entdecken:

➡ www.designersopen.de

Mode muss exakt sitzen: Lothar Daniel Bechtold mit prüfendem Blick.



ZUKUNFT VORAUSS!

Gezielte Mitarbeiterförderung mit „Fair Talents“

Mariella Bremer ist eine der jüngsten Führungskräfte bei der Leipziger Messe. Seit 1. Januar 2017 ist die 26-Jährige Projektdirektorin der europäischen Leitmesse denkmal und der internationalen Fachmesse MUTEK. Im Rahmen des Programms „Fair Talents“ kann sie ihre berufliche Entwicklung im Unternehmen aktiv mitgestalten.

DER WEG ZUM FAIR-TALENTS-PROGRAMM

Ihr duales Studium der Betriebswirtschaftslehre mit Schwerpunkt Messe-, Kongress- und Eventmanagement brachte Mariella Bremer 2009 zur Leipziger Messe. „Nach meinem Abschluss erhielt ich ein Angebot von der Leipziger Buchmesse. Zunächst als Projektassistentin für den Bibliothekskongress, danach als Projektmanagerin für den Bereich Internationales, Buchkunst & Grafik und Musik“, erzählt sie. Als „echte Herausforderung und große Ehre“ beschreibt sie die Aufgaben, die

ihr damit frühzeitig übertragen wurden. Berufsbegleitend begann sie zudem ein Studium zum Master of Business Administration.

„Ich bilde mich gern weiter und finde neue Herausforderungen spannend“, sagt Mariella Bremer – und das Programm „Fair Talents“, mit dem die Leipziger Messe Unternehmensgruppe die berufliche Qualifizierung ihrer Beschäftigten gezielt fördert, eröffnete dafür die optimale Gelegenheit. Die Entscheidung zur Bewerbung für das Fortbildungsprogramm war schnell getroffen.

INNOVATIONEN BEI DER LEIPZIGER MESSE VORANTREIBEN

Mit dem Thema Innovationsmanagement begann das Fair-Talents-Programm erstmals im September 2015. Ein Teil der zweijährigen Förderung waren Seminare zu Projektmanagement, Konfliktmanagement, Moderationstechniken, Mitarbeiterführung und unternehmerischem Denken. „Außerdem haben uns Führungskräfte aus dem Unternehmen bei Netzwerktreffen ihre Arbeitsbereiche vorgestellt. Wir haben dadurch viel über die Arbeit anderer Abteilungen erfahren und uns im Haus noch einmal



ganz neu vernetzt“, erzählt Mariella Bremer. Zugleich konnte sie als „Fair Talent“ auf sich aufmerksam machen und sich für Führungsaufgaben bei der Leipziger Messe empfehlen. Noch während des Programms bewarb sie sich mit Erfolg als Projektdirektorin für die Messen denkmal und MUTEK. „Ich stand damit vor der nächsten großen Herausforderung – als junge Führungskraft in ein erfahrenes, kompetentes und in der Branche gut vernetztes Team zu kommen.“

In vier Gruppen galt es für die 19 Fair Talents darüber hinaus, Themen zu identifizieren, die die Innovationskraft im Unternehmen steigern. Als ein konkretes Ergebnis der Projektarbeiten fand im August 2017 erstmals der Zukunftstag statt, an dem sich

die Leipziger Messe auch künftig einmal im Jahr innovativen Ideen widmet.

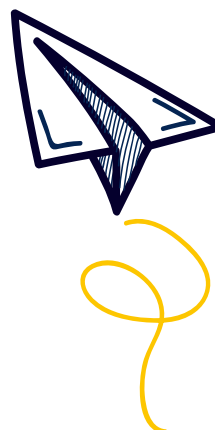
WERTVOLLE AUSLANDS-ERFAHRUNGEN SAMMELN

Das Fair-Talents-Programm führte Mariella Bremer im Mai außerdem ins Ausland. Sie absolvierte einen vierwöchigen Aufenthalt beim International Transport Forum (ITF) der OECD in Paris. Seit 2008 gastiert der Annual Summit des ITF im Congress Center Leipzig. Nachdem Mariella Bremer in Paris die Kongressvorbereitung unterstützt hatte, begleitete sie auch den Summit 2017 in Leipzig. „Es war spannend, in einem so internationalen Team mit 60 Leuten aus der ganzen Welt zusammenzuarbeiten, ihre Herangehenswei-

sen kennenzulernen und gemeinsam einen bedeutenden Kongress zu organisieren. Für diese Erfahrung bin ich sehr dankbar.“ Davon wie auch von den neuen Netzwerken profitiert sie nun bei ihren künftigen Aufgaben als Projektdirektorin.

Die beruflichen Stationen von Mariella Bremer online nachverfolgen:

➔ www.leipziger-messe.de/leipzigermessemagazin



Kontakt

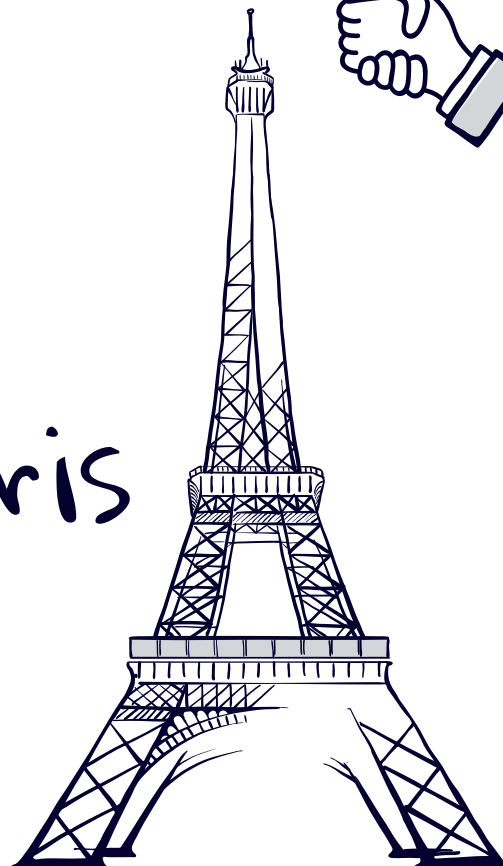
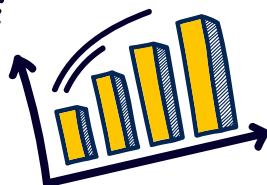
Mariella Bremer,
Projektdirektorin

Tel.: 0341 678-8281

E-Mail: m.bremer@leipziger-messe.de



Paris



FORTSCHRITT AUSZEICHNEN

Erster Innovationspreis für Krankenhauslogistik vergeben

Professor Dr. Hubert Otten, Sprecher der Jury des Preises und Direktor des Kompetenzzentrums eHealth an der Hochschule Niederrhein.

Mit dem Leipziger Preis für Krankenhauslogistik sollen innovative Logistikprojekte im Gesundheitswesen ausgezeichnet werden, die sowohl auf die Erschließung von Synergiepotenzialen als auch auf das Patientenwohl ausgerichtet sind.

Innovation als antreibende Kraft ist die Grundlage für wirtschaftlichen Erfolg. Lösungen von hochkomplexen Problemen in täglichen Arbeitsprozessen sind gefragt denn je. Alle Bereiche des Alltags sind davon betroffen – Krankenhäuser und ihre Logistik bilden da keine Ausnahme. Umso wichtiger ist es, Weiterentwicklungen zur Sprache zu bringen und zu nutzen.

LOGISTIK STÄRKER IM FOKUS

Alle zwei Jahre versammeln sich Entscheider und Experten der Krankenhauslogistik bei der med.Logistica in Leipzig. Sie nutzen den Fachkongress als Netzwerktreffen, werten Prozesse aus, diskutieren über Projekte und erörtern Impulse für neue Lösungssätze. Um besonders fortschrittliche Ideen in diesem Feld zu würdigen und um die Innovationskraft der Logistik im Gesundheitswesen hervorzuheben, wurde 2017 erstmals der Leipziger Preis für Krankenhauslogistik verliehen.

ECHTZEITVERFOLGUNG VON WAREN IM KRANKENHAUS

Der erste Preis ging an das LKH-Universitätsklinikum Graz. Hier wurde in den letzten drei Jahren ein komplett neues logistisches Gesamtkonzept installiert. Als Bestandteil des Supply-Chain-Managements gingen parallel ein neues Versorgungszentrum sowie ein Transportleitsystem in Betrieb. Sie binden unter anderem die Speisesversorgung, Materialwirtschaftsgüter, Apotheken- und Kühlwaren ein. Der große Vorteil: Jederzeit ist in Echtzeit nachvollziehbar, wo sich die Ware befindet, wer sie wann und wo übergeben hat.

Leipziger Preis für Krankenhauslogistik

Der Leipziger Preis für Krankenhauslogistik wird alle zwei Jahre auf der med.Logistica, Kongress für Krankenhauslogistik mit Fachausstellung, vergeben. Die mit 6.000 Euro dotierte Auszeichnung wurde durch den Aussteller- und Programmbeirat der med.Logistica sowie die Leipziger Messe GmbH initiiert. Der Thesis-Award richtet sich als Nachwuchspreis auf diesem Gebiet zudem speziell an Absolventen.



Der erste Leipziger Preis für Krankenhauslogistik ging nach Österreich, mehr dazu im Video.



Der Preisträger des Leipziger Preises für Krankenhauslogistik, Michael Kazianschütz und der Thesis-Award-Preisträger Benjamin Heyse mit der Jury, dem Projektdirektor der med.Logistica Ronald Beyer sowie dem Geschäftsführer der Leipziger Messe, Martin Buhl-Wagner.



Auf der agra stellen alle marktführenden Unternehmen der internationalen Agrartechnik neueste Landmaschinen und Landtechnik vor.

FÜR GROßES GERÄT

Beste Voraussetzungen für Open-Air-Technikausstellungen auf der Leipziger Messe

Die agra – Landwirtschaftsausstellung in Mitteldeutschland verwandelt die Leipziger Messe alle zwei Jahre ins Zentrum der mitteldeutschen Land-, Forst- und Ernährungswirtschaft. Hier können Besucher gigantische Fahrzeuge und Maschinen erkunden und Nutztiere aus nächster Nähe erleben.

LEISTUNGSSCHAU DER LANDTECHNIK

Sowohl die Zahl der Aussteller als auch die Ausstellungsfläche sind in den vergangenen Jahren kontinuierlich gewachsen. Auf 115.000 Quadratmetern in zwei Hallen und auf dem Freigelände präsentierten sich 2017 mehr als 1.200 Aussteller. Gemeinsam mit der Leipziger Messe wurde das Nutzungskonzept für das Freigelände weiterentwickelt, sodass die 70.000 Quadratmeter optimal für die Präsentation beeindruckender Landmaschinen genutzt werden. Tonnenschwere und meterhohe Maschinen für Ernte und Bodenbearbeitung, Traktoren, mobile Sägewerke, Brennholztechnik und mehr säumen dann die Besucherwege. Auch ein Blick in Fahrerkabinen oder ins Innenleben von Motoren ist möglich.

GROßZÜGIGES FREIGELÄNDE

Aussteller finden auf dem weiten Gelände ausreichend Platz für die individuelle Präsentation ihrer Produkte. Zudem ermöglicht es die Verkehrsanbindung des Leipziger Messegeländes, großes Gerät bequem anzuliefern. Während der Messe sind draußen immer wieder Live-Vorfürungen möglich – ein zusätzlicher Publikumsmagnet. Und auch Regenwetter ist kein Problem. Das Freigelände ist mit Abflusssrinnen und Ökopflaster gestaltet, bei dem die Fugen zwischen den Steinen größer als bei üblicher Pflasterung sind und Regenwasser schnell versickert.

GUT DURCHDACHTTE TIERPRÄSENTATION

In den Messehallen wird zugleich die beste Atmosphäre für Leistungs- und Tierschauen mit rund 1.000 landwirtschaftlichen Nutztieren geschaffen. Vom Kuhwaschplatz über rutschfeste Matten bis hin zur bewachten Übernachtung in den klimatisierten Hallen steht das Wohl der Tiere an erster Stelle. Die logistische Planung ihrer Anreise und die Einrichtung der Ställe sowie die Futterversorgung sind zentraler Teil der Vorbereitungen.

Mehr über die Gastmesse agra erfahren:

➔ www.agra2017.de
www.leipziger-messe.de/veranstalter/gastmessen



Die Alpakas fühlen sich in ihrem Gehege sichtlich wohl.

GRENZENLOSES MESSEKONZEPT

CosmeticBusiness erfolgreich nach Polen expandiert

Auf der CosmeticBusiness treffen sich internationale Kosmetikhersteller und Lieferanten, um an kosmetischen Produkten und Dienstleistungen von morgen zu schmieden. Die Leipziger Messe hat ihr Messekonzept mit der CosmeticBusiness Poland erfolgreich von Deutschland aus auf den polnischen Markt übertragen.

BEDEUTENDER BRANCHENTERMIN

Die CosmeticBusiness, die von der Leipziger Messe in München veranstaltet wird, entwickelt sich seit Jahren sehr gut. Bei der 13. Ausgabe im Juni 2017 hatte die internationale Fachmesse der Kosmetik-Zulieferindustrie wieder einiges zu bieten: mehr Ausstellungsstände als bei der letzten Veranstaltung, zahlreiche Neuaussteller und Produktneuheiten. Markus Geisenberger, Geschäftsführer der Leipziger Messe, zog ein zufriedenes Fazit: „Die Besucher konnten das beste Angebot seit Beginn der CosmeticBusiness erleben. Unsere Messe kann Jahr für Jahr zulegen – sowohl bei der Quantität als auch bei der Qualität des Ausstellungsangebots. Damit hat die CosmeticBusiness ihre Position als wichtigster Branchentreff der Kosmetikindustrie und ihrer Zulieferer in Deutschland, Österreich und der Schweiz erneut untermauert.“



Kontakt

Ivonne Simons,
Projektdirektorin

Tel.: 0341 678-8650
E-Mail: i.simons@leipziger-messe.de





Das Angebot der CosmeticBusiness Poland umfasst in Kombination mit der HPCI unter anderem die Ausstellungsbereiche Rohstoffe, Fertigung und Verpackung.

NEUE BRANCHENPLATTFORM IN POLEN

Auf Grundlage der positiven Entwicklung der Messe über die letzten Jahre wurde 2016 die CosmeticBusiness Poland in Warschau ins Leben gerufen. „Mit einem Marktvolumen von drei Milliarden Euro in 2015, jährlichen Wachstumsraten von rund vier Prozent und einer mehr als 100-jährigen Tradition in der Kosmetikproduktion gehört der polnische Kosmetikmarkt zu den dynamischsten Märkten Europas“, erklärt Projektdirektorin Ivonne Simons und fügt hinzu: „Da es in Polen bisher keine Fachveranstaltung gab, die die gesamte Wertschöpfungskette der Kosmetikindustrie bündelte, haben wir entschieden, die Lücke mit der CosmeticBusiness Poland zu schließen.“ Dabei bildet der Veranstaltungsort Warschau eine Brücke für die CosmeticBusiness nach Zentral- und Osteuropa.

Die CosmeticBusiness Poland wird im Verbund mit der seit 2008 bestehenden HPCI – Home and Personal Care Ingredients Exhibition and Conference ausgerichtet. Der Konzeptansatz ist ansonsten identisch mit der CosmeticBusiness in München: Die internationale Fachmesse ist eine Plattform exklusiv für die Kosmetik- und Waschmittelindustrie, auf der neue Produktideen entlang der gesamten Wertschöpfungskette – vom Rohstoff über die Herstellung bis zur Verpackung – effizient erschlossen und vor Ort direkt mit allen relevanten Zulieferern abgestimmt werden können.

Der Veranstaltungsort Warschau bildet eine Brücke für die CosmeticBusiness nach Zentral- und Osteuropa.

STARKE KOMPETENZEN ÜBER LEIPZIG HINAUS

Nach der vielversprechenden Premiere der CosmeticBusiness Poland im letzten Jahr – sowohl Aussteller als auch Besucher stellten der Messe ein sehr gutes Zeugnis aus – geht die Veranstaltung vom 27. bis 28. September 2017 in die zweite Runde. Mit dabei sind sowohl Unternehmen, die bei der ersten Ausgabe vertreten waren, als auch viele interessante Neuaussteller. Ivonne Simons erklärt: „Dies ist ein Zeichen, dass die CosmeticBusiness Poland als neuer Branchentreffpunkt sehr gut angenommen wird. Zudem zeigt es, dass die Leipziger Messe starke Kompetenzen über den Standort Leipzig hinaus hat sowie Potenziale auch in anderen Märkten erkennt und mit Erfolg erschließen kann.“

Branchennachrichten und mehr unter:

➔ www.cosmetic-business.com
pl.cosmetic-business.com



Die zweite Auflage der CosmeticBusiness Poland erwartet wieder zahlreiche Fachbesucher.



International gefeiert: das Gewandhausorchester erfreut Zuhörer jeden Alters.

IM MESSEKLANG

Wie Musik und Messe zueinander fanden

Mozart, Mendelssohn, Wagner und Brahms – sie alle musizierten mit dem Gewandhausorchester, das rund um den Globus zu begeistern weiß und für die Musikstadt Leipzig steht. Eine Leipziger Institution, deren Entstehung auch mit der Messetradition der Stadt verknüpft ist.

HANDEL BEFLÜGELT KULTUR

Leipziger Kaufleute gründeten 1743 ein Orchester, das zunächst in Bürgerhäusern und Gasthöfen Konzerte gab. Die Michaelismesse bot noch im gleichen Jahr den perfekten Anlass für den ersten öffentlichen Auftritt des Orchesters. Mit wachsender Beliebtheit der Konzerte zogen die Musiker 1781 in einen ungenutzten Saal in das Messehaus der Tuchwarenhändler – das Gewandhaus. Die Musik und die Messe bilden somit ein sinnbildliches Doppel-M Leipziger Art.

PARTNERSCHAFT MIT TRADITION

Das Gewandhausorchester und die Leipziger Messe sind bis heute eng miteinander verbunden und bringen ein internationales Flair in die Stadt. Jedes Frühjahr eröffnet die Leipziger Buchmesse festlich

im Gewandhaus. Seit 2014 ist die Leipziger Messe außerdem Classic Partner des Gewandhausorchesters. Mit dem Freiluftkonzert Klassik airleben verabschiedet sich das Gewandhausorchester traditionell vor mehr als 20.000 Menschen in die Sommerpause und baut dabei auf die kulinarische Unterstützung der Messetochter fairgourmet.

Alle Auftritte des Gewandhausorchesters finden Sie unter:



www.gewandhausorchester.de

Über das Gewandhausorchester:

Drei Konzertgebäude waren Heimstatt des Gewandhausorchesters: 1781 wurde das erste Gewandhaus in der Kupfergasse bezogen, 1884 das zweite im Musikviertel und 1981 wurde das neue Gewandhaus auf dem Augustusplatz eröffnet. 2018 feiert das Gewandhausorchester 275-jähriges Jubiläum.

Sommerliches Klassik airleben im Leipziger Rosental.



VOLLER AUSSTRAHLUNG

Ronald Kötteritzsch vermarktet das CCL und einen ganzen Standort

Neue Wissensgebiete und Branchen kennenlernen und auf interessante Menschen treffen – das beschreibt Ronald Kötteritzsch als Privileg seines Berufes. Er verantwortet seit 1998 das Marketing des Congress Centers Leipzig (CCL) und begleitet seitdem die Entwicklung des Tagungsstandortes Leipzig.

DER MANN FÜR'S STANDORTMARKETING

Wenn Veranstalter nach einer neuen Destination für ihren Kongress suchen, wird Ronald Kötteritzsch aktiv. „Das Wichtigste ist für mich, den persönlichen Kontakt zu Veranstaltern herzustellen und herauszufinden, worauf sie Wert legen. Dann stelle ich ihnen die Stärken unseres Standortes vor“, erzählt er. Welche Räume und Möglichkeiten das CCL als Location bietet, ist dabei nur ein Aspekt von vielen. „Gerade internationale Kongresse interessieren sich für den gesamten Standort, für die Hotelsituation und die fachliche Infrastruktur mit Bezug zu ihrem Thema. Ihnen geht es aber auch um Kultur und Lebensart. Ich darf die gesamte Stadt inszenieren.“

VERNETZTE STÄRKEN ÜBERZEUGEN

Kommt ein Veranstalter schließlich zur Site Inspection, also zur eingehenden Prüfung des Veranstaltungsortes, erwartet ihn ein perfekt vorbereitetes Programm. Dazu gehören neben der Vorstellung des CCL Besuche in Hotels, Forschungseinrichtungen und mehr. Auch zur Open-Air-Konzertreihe Klassik airleben hat Ronald Kötteritzsch Veranstalter schon eingeladen. „Unsere Erfahrung zeigt: Wenn sie erst einmal hierherkommen, erhöht sich die Chance auf den Zuschlag erheblich. Leipzig hat eine Ausstrahlung, die ein Bewerbungsdokument nicht ersetzen kann.“

Wie beliebt die Stadt bei Veranstaltern ist, zeigt unter anderem das Ranking der International Congress and Convention Association (ICCA), bei dem die Stadt im Jahr 2016 auf Platz fünf der deutschen Tagungsstädte steht. Dieser Erfolg gründet sich für Ronald Kötteritzsch auch im besonderen Teamwork: „Wir haben in Leipzig einen wunderbaren Geist von Kooperation aller Beteiligten. Das bildet überhaupt erst die Voraussetzung für eine erfolgreiche Bewerbung. Unsere Kunden merken, wie gut wir vernetzt sind und dass wir überzeugt sind von dem, was wir ihnen anbieten.“

Lesen Sie online, was Leipzig für Veranstalter noch attraktiv macht:

➔ www.leipziger-messe.de/leipzigermesse magazin



Modern, gastfreundlich, international – diese Eigenschaften prägen das CCL ebenso wie die aufstrebende Stadt.



Kontakt

Ronald Kötteritzsch,
Marketing Congress Center Leipzig
und KONGRESSHALLE am Zoo Leipzig

Tel.: 0341 678-8404

E-Mail: r.koetteritzsch@ccl-leipzig.de

ERFOLGE, DIE BEGEISTERN

Was die Leipziger Messe Unternehmensgruppe 2017 bewegt



AUSGEZEICHNETER MARKENAUFTRITT

Bei der EuroShop 2017, der Leitmesse für den Investitionsbedarf des Handels, wurde FAIRNET mit dem EXHIBITOR Magazine's 2017 EuroShop Award für den besten Stand in der Kategorie „Medium Stand“ gekürt. Die bewegte Unterwasserwelt lud Besucher zum Eintauchen ein.

CCL UND LEIPZIG ÜBERZEUGEN

Das International Transport Forum der OECD gastierte 2017 zum 10. Mal im Congress Center Leipzig und der Veranstalter hat sich nach erneuter Ausschreibung bis 2020 auf den Standort festgelegt. Es ist das wichtigste Treffen der internationalen Verkehrsbranche, zu dem jedes Jahr mehr als 1.000 Teilnehmer aus 70 Ländern kommen.



INTEC UND Z – DAS FLAGGSCHIFF DER LEIPZIGER INDUSTRIEMESSEN

Das Messedoppel Intec und Z ging im März dieses Jahres mit einem Besucherzuwachs zu Ende: 24.200 Besucher aus 35 Ländern informierten sich bei 1.382 Ausstellern aus 30 Ländern über die neuesten Entwicklungen aus der Metallbearbeitung und der Zulieferindustrie. Mit diesem Ergebnis hat der Messeverbund seine Position unter den führenden Branchenmessen Europas untermauert.

NACHHALTIGKEIT WIRD BELOHNT

Die fairgourmet hat beim Meeting Experts Green Award 2017 in der Kategorie Nachhaltiges Unternehmen den 1. Platz belegt. Ausgezeichnet wurde das kontinuierliche Engagement zum Thema Nachhaltigkeit, das bei dem Gastronomiespezialisten entlang der gesamten Wertschöpfungskette eine Rolle spielt.

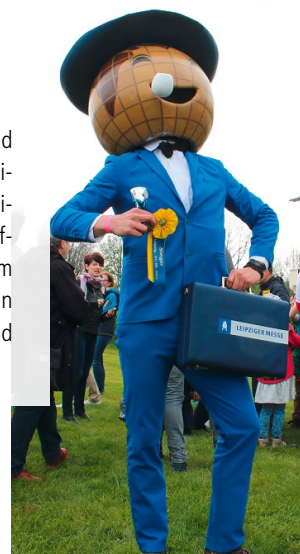


DIE WELT LIEST IN LEIPZIG

Insgesamt 285.000 Menschen besuchten die Leipziger Buchmesse, die 23. Leipziger Antiquariatsmesse und die 4. Manga-Comic-Con vom 23. bis 26. März. Rund 2.500 Aussteller aus 43 Ländern präsentierten sich. Rekordzahlen vermeldete auch Europas größtes Leseifest Leipzig liest: Mehr als 3.300 Mitwirkende bespielten 571 Bühnen auf dem Messegelände und in der gesamten Stadt.

EINE PFEIFENLÄNGE VORAUSS

Schnelle Pferde, außergewöhnliche Hüte und spannende Wetten – alljährlich lockt der traditionelle Aufgalopp auf der Galopprennbahn Scheibenholz über 20.000 Besucher zum Saisonauftakt. Dank eines starken Laufs mit fulminantem Schlusssprint gewann das Messemännchen in unnachahmlicher Manier gegen Bulli und Co. und sicherte sich den Sieg im Maskottchenrennen.





**TURKISH
AIRLINES**

YOUR CHOICE OUR PRIDE

Thanks for honouring us as The Best Airline on four categories
at the Skytrax Passengers Choice Awards.



Best Business Class
On-Board Catering



Best Business Class
Lounge



Best Business Class
Lounge Dining



Best Airline in South Europe
for the 9th year in a row



TURKISHAIRLINES.COM

A STAR ALLIANCE MEMBER



20
YEARS



SCHON GEWUSST?

DAS LEIPZIGER MESSE MAGAZIN GIBT'S AUCH ONLINE:

- mit interessanten Zusatzinhalten: noch mehr persönliche Geschichten, Bilder und Videos
- zum Lesen unterwegs und überall
- bei einer Newsletter-Anmeldung landet es direkt auf dem Laptop oder Smartphone



REINKLICKEN LOHNT SICH!



www.leipziger-messe.de/leipzigermessemagazin